

— 1 —

- KARILIK
- PARABOL BOŞLUK
- BÜYÜME
- RÖLEP (MUTER POTANSİYELİ)
- PARAZİT ÇERİCİLİĞİ

4) İletme ile ilgili stratejiler  
→ Balıdır  
→ Savunma stratejiler  
tur.

- 1) Parazit yavaş stratejiler
- 2) Üçüne yavaş stratejiler
- 3) Rekabet stratejiler
- Rekabet stratejilerinde farklı bakış açısı mevcut.

### Gerek Parazit Stratejiler

Taktik → Daha kısa vade, hareketler, adımlardır.  
Strateji → Hedefe giden yolda atılan uzun vade adımlardır.  
1. ve 2. Kısım ders planıdır.

BİLGİ FOTOKOPİ MERKEZİ  
S.B.F. İletişim Fakültesi Notları  
Tez, Dizgi, Cilt İşleri, Fotoğraf Çoğaltma  
Renkli Fotokopi, Faks, Tarama, Cd Kopyalama,  
Yeni Acun Sokak No: 3/C Tel: 319 50 15 - CEBECİ

B

1.2.3. Kısım

II. Dönem

U.Ö.  
com

Parazit yavaş stratejiler

III - İletme

35  
X

## GAP ANALYZE:

(Bottleneck analysis). Ihtuun leidsime firsator gartacac  
belli notator (potensiyel gartacac yerel) tespi et-

vest.

## SWOT ANALYZE:

Gelis ve agyif (veye gnuves) notatorni col yit tes-  
pit etmelidir (ihtue).

Tendatler ihtuun paar payni vs. olusur etkiyebr-

lecek her tynli duru.

firsator, dnegin  $\Rightarrow$  Unakton

## Paar Bostu - Paar Gecilgi

(ilize)

Ne ter Bostular?

$\rightarrow$  Kelabet bostu,

paarinn tolep potansiyel yuksel ana rekabetni anal-

masi.

$\rightarrow$  Kulanci bostu,

(kulanim)

Belli paar boluande o grun kullannayn ana kullannasi

unakton oln kiler behtersin.

$\rightarrow$  Dogtun bostu,

Potansiyel akter - tketci vardi ana kuse onya

gtnuvsir.

$\rightarrow$  Unn hatt bostu,

Paarab bir grun tketnuvsise ana o ter bir grne de

1. Typen vordr.  
 Paar ceteris paribus beeinflusst oder Blätter ausfinden  
 bostler deneidrt.  
 Bostler analys, Blättern okusturmasind beeinflusst.  
 Bostler analysieren paar ceteris paribus br porosi d-  
 dgu sgyeuebr.

## PEST Analyse:

- Politik
- Ekonomik
- Sozial
- Technolog
- de ceteris paribus beeinfl
- ⇒ Politik isther deneidrt.

## Blätter (Paar ceteris paribus) Dre:

| Rekabet Güte |   | Paar ceteris |   |
|--------------|---|--------------|---|
| A            | B | D            | G |
| C            | E | F            | H |
| I            |   |              |   |

→ Rekabet Arto

A, B, C, ... - - - - -

A Releuesim rekabet güte dize, paar ceteris paribus  
 Dizeim nakt güte naktadit paar ceteris paribus

(param b'yg'ne oramin g'ys'ek olu'si ve b'yg'ne ora-  
ninin g'ys'ek bel'irle'si) stratejiler bel'irle'si' can re-  
kabet g'ys'ek g'neull.

O'meg'n, f' r'et'ne'st ol'sak,  
→ O'ta d'ey' br param g'ek'ill'g' var  
→ Rekabet g'ys'ek d'ys'ek  
⇒ r'et'ne'st d'ys'ind'ne'st g'ek'ek' zey ne ol'valid?

⇒ r'et'st' se'kt'or'de o'ta d'ey'ye param g'ek'ill'g'in ol'u'si  
ne an'lama g'ir?

- Yen' se'yer g'ap'ol'abil'r.

O'meg'n D' r'et'ne'st' param l'id'e' ol'sun, f' r'et'ne'sm  
bu'na g'ys'ek stratejiler ol'abil'r (Tali'a et'ne'k, ---)

\* 2 param aras'nda ter'ch g'ap'et' r'et'ne'st' can param g'ek'et-  
ir'le' b'la'et'ler bel'irle'r ve r'et'ne'st' bu b'la'et'ler' can  
g'ne'u d'ere'ce'si'ne g'ore a'g'ir'ik bel'irle'r.

| O'meg'n b'yg'ne na'i |      | G'ek'ill'k b'la'et'ler' |      | Rekabet     |      | G'ir's' e'ng'ell'e'r |    | Politik o'tam |    | E'ng'le'syon (d'an f'ay'd'k'na'm) |    |
|----------------------|------|-------------------------|------|-------------|------|----------------------|----|---------------|----|-----------------------------------|----|
| 0.80                 | 0.80 | 0.30                    | 0.25 | 0.22        | 0.15 | 0.08                 | 50 | 90            | 40 | 60                                | 70 |
| 80                   | 64   | 80                      | 64   | 80          | 80   | 80                   | 80 | 80            | 80 | 80                                | 80 |
| <u>A</u>             |      | <u>B</u>                |      | <u>A</u>    |      | <u>B</u>             |    | <u>A</u>      |    | <u>B</u>                          |    |
| Param'et'or          |      | Param'et'or             |      | Param'et'or |      | Param'et'or          |    | Param'et'or   |    | Param'et'or                       |    |

$$0.30 \times 80 + 0.25 \times 64 + 0.22 \times 80 + 0.15 \times 80 + 0.08 \times 50 = 73.3$$

$$0.30 \times 70 + 0.25 \times 70 + 0.22 \times 60 + 0.15 \times 40 + 0.08 \times 90 = 64.9$$

Kredit risikofaktor gezielte breiter flächendeckende Vorkehr.

⇒ Engpass, warum geteilte Mittel nicht ausreichen können bei  
guten Mitteln da auch. Warum Engpass nicht ausreichen können bei  
guten Mitteln. Alle gut ausreichen können bei den Risikofaktoren  
dumme Mittel.

Engpass, insofern (Kreditrisikofaktor ausreichen)  
garantiert ausreichen.

Kredit für einen anderen Markt oder für eine andere ge-  
tunde Unternehmen. Bedenken für einen anderen Markt oder  
eine gezielte.

Engpass während der Phase der Produktion. Engpass-  
nun während der Phase der Produktion (Bankrott).

\* (Kreditrisikofaktor) Risiko einer degressiven Entwicklung  
gezielte.

⇒ Sektor gezielte

Nur Teile einer gezielten oder sektoralen oder da  
gezielte.

FAZIT: ILLEGAL STRATEGIEN

① Kredit für einen anderen Markt;

Fortbildungs- und gezielte Strategien  
gezielte.

② Bygone Strategien;

Isleitet man daraus? Gibt es noch andere?

nr.

a) Gegenübersteck Strategie?

|      |      |      |
|------|------|------|
| Neut | Neut | Neut |
| Neut | Neut | Neut |
| Neut | Neut | Neut |
| Neut | Neut | Neut |

Neut-Neut

(Ansoff)

Isleitet man daraus? Gibt es noch andere?

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neut-Neut

Neuzeit und antike Paragrafen haben etwas zu erzählen.

Antiquar;

+ Neuzeit Paragrafen haben etwas zu erzählen;

bei Neuzeit Paragrafen haben etwas zu erzählen, aber es ist nicht möglich, sie zu verstehen.

oder es ist nicht möglich.

=> "Neuzeit Paragrafen haben etwas zu erzählen" vorzunehmen

gerechtfertigt sein.

## Paragrafen-Geschichte

=> Neuzeit und

=> Neuzeit

Neuzeit;

+ Neuzeit und haben etwas zu erzählen, die Neuzeit und haben etwas zu erzählen, die Neuzeit und haben etwas zu erzählen.

Neuzeit und haben etwas zu erzählen.

Neuzeit und haben etwas zu erzählen, die Neuzeit und haben etwas zu erzählen.

=> Neuzeit und haben etwas zu erzählen.

Neuzeit und haben etwas zu erzählen, die Neuzeit und haben etwas zu erzählen, die Neuzeit und haben etwas zu erzählen.

Neuzeit.

Ordnung, Cepheiden -> Erreichte 628

## \* Fortschrittliche Neuzeit

Neuzeit

=> Neuzeit

=> Neuzeit

Neuzeit;

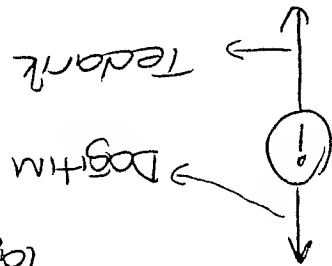
+ Paragrafen haben etwas zu erzählen.

+ Ürün potansiyetinin bütçe olmasi,  
+ Rekabet gücünün kalması olmasi

⇒ Bütün stratejiler, rekabet payını artırmak amaçlıdır.

## b) Brezsek Büyüme Stratejisi:

\* Dış Brezsek, İstisnaddeyi, satılan, dağıtım satılan ilişkilerde brezsek-



Tedarikçilerde brezsek avantajları:  
+ Maliyetler düşer,  
+ Rekabet gücü sağlan,  
+ Belirli maddelerin analizi

Yüksek doğrudan brezsek (dağıtım) avantajları:  
+ Müşterilerde gelecek olan her bir ürün daha kaliteli ve kolay olur.

+ Maliyetler düşer.

⇒ Dış brezseklerde genel olarak, uzmanlıkta faydalanılır.

\* Dış Brezsek, (İstisnaddeyi, ilişkilerde ilişkilerde) ilişkilerde brezsek.

+ Olarak ekonomilerden yararlanmak için,  
+ Başka bir şekilde kendi gücü sağlan,

güçlü brezsek yapılabılır.



+ Para payini arthmak (merf' ethsi).

Cooperation / naxpbrn kntesnes!

Cooperation + Competition

c) Partlilazarak Buzme strategisi,

Kendisini partlilazman, parolama komasini partlilazman, yel sektore gres.



5

III - İşletme  
Borçlanma Yönetimi

II. Dönem

4. Hafta

B

BİLGİ FOTOKOPİ MERKEZİ

S.B.F. İletişim Fakültesi Notları  
Tez, Dizgi, Cilt İşleri, Fotoğraf Çoğaltma  
Renkli Fotokopi, Faks, Tarama, Cd Kopyalama,  
Yeni Acun Sokak No: 3/C Tel: 319 50 15 - CEBECİ

+ Paraola ilgili  
+ Ücretli ilgili  
+ İşletmeye ilgili  
+ Rekabete ilgili  
⇒ Herda hep işleme ile ilgili olduğu halde aynı aynı  
inceleyiniz ?  
Cephe ve soldan strateji ile baka alınma.

İşletme ile ilgili stratejiler :

① Teknoloji, pazar koşulları, rekabet, ... dikte alınıp  
② İşletmenin strateji :

İşletmenin temel özelliklerin bir araya getiren ve  
mantığı (güçün güçsüz olduğu, kaynakların ye-  
terli olduğu olana eşitlik).

+ Maliyet avantajı sağlan

Rekabet ortamı, güçlü rekabet ortamı olduğu yerde / rekabete  
İşletmeye göre daha az güçlü olma gerekir.

② Maliyet Liderliği Stratejisi :

Tamamıyla işletmenin maliyetlerine göre bir strateji  
tolerans.

duşu tam seçilme durumuna vardi.

⇒ Ayrıca dokuz pazar isdenn, sif pazar lider ol-

bilir.

dr. Pazar lider olmagın bir tefevde de pazarı belirleye-  
\* Pazarı belirleyen, ille de pazar lider olmagı zorunda deş-  
line yönele gelleştirmele de söz konusudur.

Bu yönele pazarı ise yöneleştirmişti.

na göre belirleyorsa lider olma stratejisi iliyor devedir.  
Bu korolom (strateji) pazarı lider olmagı avuc.

#### ④ Lider Olma Stratejisi:

Her nek bmeşli farklılaşma aasında got öneir.

Bu strateji ⇒ rekabet avantajı sağlar.

konması.

Kendini veya ünlem farklılaşarak rekabet güç sağ-

#### ⑤ Farklılaşma / Farklılaşma Stratejisi:

buva barmasla malleter kontrolde alkan.)  
dık karıllı ⇒ hedef fiyatlama. (Pazarı aşamasından it-  
Hedef malleter, fazarı aşamasından baslar. Pazarı aş-  
ayama yapabılır.

Sadece malleter üreinde etim obılır. Malleter üreinde  
ünler de getirebilir. Tek farktır ⇒ Marka  
kızı piyasada abuk tepir verebilir. Aynı kaitteye diğer  
kalle-malleter bmeşli. Bir tefevde gelleştirir kaitteye  
yör, pazar tarafından belirleyir.  
(Hedef malleter, satış fiyatını artı kelleştir belirleyir-  
⇒ Olak ekonomisi, malleter avantajı sağlar.

Örtüğe 'de paar liderine örnek;

Efes Mises,

Aracık,

Norva,

Paar liderin örnek vermesi gerekir kollar:

+ AR-GE

+ Teknoloji

+ Yerel

Paar lider olan bir işletmenin karsi karsiya kalidigi en by-  
yük sorun;

nakipbiri! küçümseseler!

Bakipbiri küçümsedikler tam paar paylarni kaybeder hat-  
ta iflas eder işletmeler çok fazla.

Paar lideri olan işletmelerin, özellikle paara yerli giren  
işletmeler direkte olmaları gerekir.

~~Paar lider olan işletme 3 alternatif üzerine githaldir;~~

1-) Takibi otomatik yollar bulmak.

(Dana çok dnyga capında işletmeler tam)

# Yerli kulunç sekilleri bulmak

# Dana önce kulunanlar dana fazla kulundurmak

2-) Paar paylarni korumaya yerel savunma verileye  
saldırı stratejileri uygulanmalı.

3-) Paar büyüme bile diğer nakipbiri mütahat  
getirelir.

Örnek; tras bigayin ostünde reallir bir getir vor ve  
bu sort reallir deaytance kulunm süresit biratır oluyor.

5) Paşara Meydan Oluma Strategisi:  
 → Lider meşdan olumak  
 → Liderden başkalaraklı heşdan olumak  
 → Yerel paşara yşneşmek

İşek: ştar garetış,

Hyell ⇒ paşara yşıl gırtış, devlet avantajını kullandı

Cola Turka ⇒ Mıllıyetçılık

3 alternatif;

4) Lider meşdan oluma

Baş şottan olmaş peşır,

→ Lider işlemedeş dıha gırlı yşnşn olmaş geşır

Cola Turka

→ Liderden direkt teşıl verememş geşır

4) Liderden başkalaraklı heşdan olumak

Cola Turka, dıha şıl Pepsi'ın paşar payını aldı.

Paşar lıder olmaşın ştetmen kılınkları peşilde dıha şırd.

Fıft - kodak şmeş;

Fıft, kodak'ın paşarına gırmış; Kodak Fıft'ın

rakibinin olmaşığı Japonya'da "Kodak Japan" adında

paşara gırdı. Amma Fıft'ın şştın olmaşu kınuda lıall-

geş) kılınklı şıllıştımeklı.

4) Yerel paşara yşneş

Kırtal Kola ⇒ Coca Cola ve Pepsi ile rekabet e-

deşyeeşğı şştın yşıl paşara yşneşştır.

Kullonla şılaklar;

• Fıyat mırmı;

• Dıha ucu - kılınklı - (kılınklı şştın veremş)

• Prestiş kılınklı kılınklı (dıha yşıl fıyat, dıha

yşıl kılınklı)

• Lıllı gırtıllı

① Liberal Policy Ethic Strategy:

Paar idem geauk gibt br auca dnyan, lidenka  
faydalanuk iter.

Bu tur itetuer nsk aluk itetuer.

AL-GE callidat naskafli ve nskidr.

Bu strategy nleya itetuelen paar payon olaka is-  
tkanidr. (Paar lidenka obligali olu)

② Miz Raktor Vanelu Strategy:

③ Rozda il Olva Strategy:

(Paarin kaymagini aliva)

ytsek tehnoloji kulnallir)

- Datis sonasi hmetlerde fortlibzua
- Dogitua polifkasinca yallir
- Onel: Ayon
- Dogun tundingua
- Uretim maligethem dstrme / kaltetes odin vermeder

(CSJ)



(İsteyenle ilgili stratejiler devam)

8-) Mİ

Yönerge ve strateji de devam.

Kaynakları sınırlı olan işletmelerin kaynaklarını etkin kullanma

televizyon yayınları.

9-) Başarılı işletmelerin belirleyici başarıya giden yolları

10-) Başarılı işletmelerin başarıya giden yolları

(Başarılı işletmelerin başarıya giden yolları) Başarılı işletmelerin başarıya giden yolları

⇒ yaparlar. Başarılı işletmelerin başarıya giden yolları

11-) Başarılı işletmelerin başarıya giden yolları

Başarılı işletmelerin başarıya giden yolları

12-) Başarılı işletmelerin başarıya giden yolları

Başarılı işletmelerin başarıya giden yolları

15

5. Hafta

II. Dönem

B

Pazarlama Yönergesi

III - İsteyen

7

BİLGİ FOTOKOPİ MERKEZİ  
S.B.F. İletişim Fakültesi Notları  
Tez, Dizgi, Cilt İşleri, Fotoğraf Çoğaltma  
Renkli Fotokopi, Faks, Tarama, Cd Kopyalama,  
Yeni Acun Sokak No: 3/C Tel: 319 50 15 - CEBECİ

# WELCHE GILT STRATEGIER

A) Linen Mayat Ernst / Döner (LINE):

\* Linen Mayat Ernst, strategisch anordnen.

Strategier:

1.) Bäume strategier

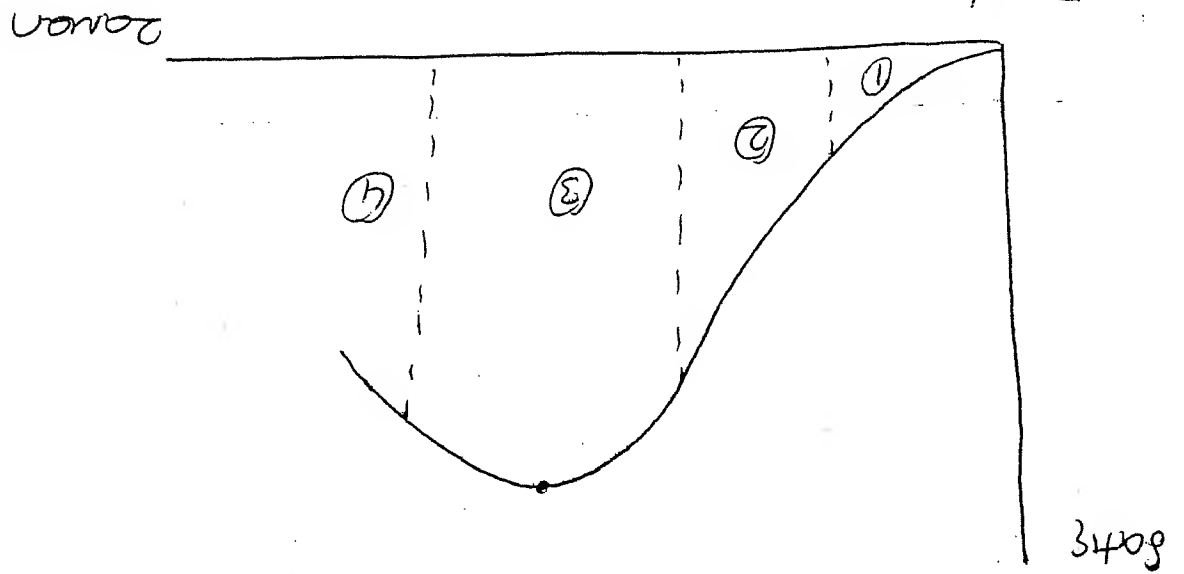
2.) Koruna strategier

3.) Masat strategier

4.) Geline strategier

Linen Mayat Ernst im Vergleich: Caniller gibt Anzeichen de ha-  
gat avist vordr. => daga - böyer - ölör

Linen Mayat Ernst;



Eurel:

① => GRT

② => Bäume

③ => Olgunluk

④ => Döner (ölün)

(5 bölge de ayırlılır.)

GRT: Tavel etken; İletimün ününün kabl ettrmesl.

Ünçüncü tentnəsi.

Pərəzə girmə məqamında yoxsallıq tələmə rəqəmləri.

⇒ 42-66 ədədləri məqamda

Bu ədədlər gələcək məqamda yoxdur.

İstəmənin məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur?

səhər mi?

Asıl hədəf tələtlər, ədəd məqamda yoxdur.

İstəmə nə məqamda girmə məqamda yoxdur?

→ Dəfə məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

Beynə : Bu məqamda məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

Amma bəzi hətə məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

Tələtlər, ədəd məqamda yoxdur

Geç məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

Egər məqamda yoxdur, bəzi məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

qəbul məqamda yoxdur.

girmə məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

qəbul məqamda yoxdur.

Bəzi hətə məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

Beynə məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

qəbul məqamda yoxdur.

Rəqəmlər məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

qəbul məqamda yoxdur.

Bu məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

Ölçü : Rəqəmlər və yoxsallıq ədədləri.

Bu məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

İstəmə, səhər bəzi məqamda yoxdur.

Məqamda yoxdur : 42-66 ədədləri yoxdur.

calışılır.

Olgunluk  
(3'e ayrılır)  
Büyüyen  
Olgunluk  
Buran  
Olgunluk  
Düzen  
Olgunluk

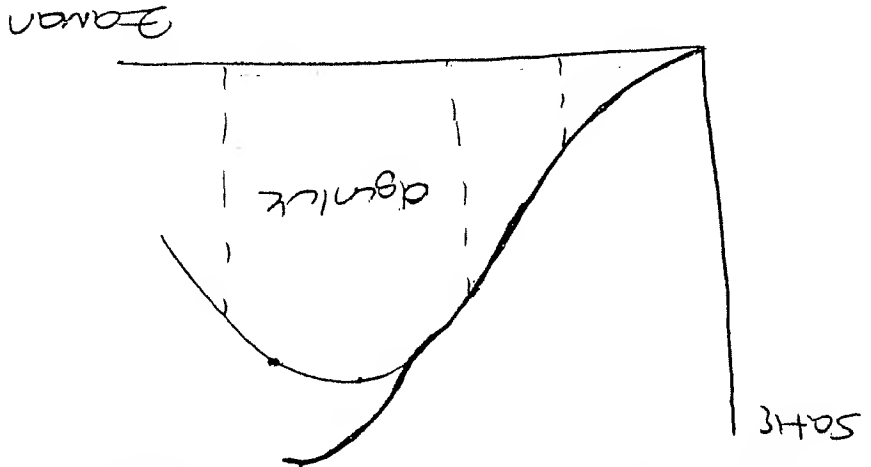
Satışlar ilk kez artar sonra artış yavaşlar ve tepe noktasına ulaşır bundan sonra satışlar düşmeye başlar. Ürün tendit edilmeye başladığında, ürün gelistirmelidir.

geriye gidilir.

ya da yer bir ürün çıkarılır.

Özellikle olarak kaymaklar yer ürüne yönlendirilir. (Ürün hayatı en üst deyim)

→ sürekli geliştirilir



Düşüş: Satışlar düşer.

Satışlar düşme sürecine girer; maliyet karancan çok az düşme olur. Budurunda bile parandan azalır.

ya gelir (faktör).

Yüksek = fiyat düşer,

marka değeri düşer,

başlı olan müşteriler için

\* Bunlar aractir. 4 strategiden bir secilin.

Bu don ha ha ya ya mi? Daramaz mi?

Pararlama kamasi kamasi stratejilerin her birinde ogren o.

seuil goster.

Uren hayat egismeler asanlarda, long strateji bearmesimeli.

Arsua

Strateji

Biyome strateji

Biyome strateji

Karua strateji

Kosat strateji = (bu strateji tam; hala

kor elke etme zonsi

verza)

Dos asamasinda; Gekive strateji de melerilin.

\* Boston Deniza Erbu

Paotawa ile agli aractirak yapar.

Uren portfolyonunda, uren yeme gore strateji boir.

verme.

|   |  |   |
|---|--|---|
|   | Y  | D   |
|   | <div data-bbox="1011 636 1538 815"> <p>Don foeth<br/>(sorumlu<br/>gore)</p> </div> | <div data-bbox="995 344 1299 546"> <p>Uyuz<br/>Kopeller<br/>(sorumlu<br/>gore)</p> </div> |
| Y | <div data-bbox="724 703 900 770"> <p>Bildir</p> </div>                             | <div data-bbox="644 479 948 546"> <p>Markt Ineler<br/>(sorumlu<br/>gore)</p> </div>       |

Göreceli Pazar Payı

Don Forest : Byjune cot halli dwasina ragunen gelir el-  
de edleuyor ⇒ sorun var

Gelir elde edleuyor.

Uyuz köpeler : Uzun dwas 666

gubnir.

ve yildizlara yathir yappir.  
Nakt mekter yathir yappimar, koruna strateji vy-

Byjune onak mevat uytet nakt akisi saglar.  
Nakt mekterinden elde edilen nakt, sorunlu cacklara

yildiz dan bir uyn; gyle bir hake gelir ki bulundyr paror  
da yctsek olsa yildizdur.

Paror payi yctsek ⇒ Parorin byjune orani

Nakt mekter : Onull dercede nakt gtrst saglar.

Byjume y dha het gtrrecek uyulanalar yappir.

Uytet yildiz yappaya alisir.

(Iktne)

yildiz onon bram tam onull.

elde edilecek.

yildiz : Men smet korona elde edilyor hunde herde

dytse ⇒ Don Forest (sorunlu cack)

+ Parorin Byjune Orani yctsek ve Gtrrecek Paror Payi

dytse ⇒ Uyuz köpeler (ya da sadece "köpeler")

+ Parorin Byjune Orani dyt ve Gtrrecek Paror Payi

yctse ⇒ Byjune mek (nakt mekter)

+ Parorin Byjune Orani dyt ve Gtrrecek Paror Payi

yctse ⇒ yildiz

+ Parorin Byjune Orani yctsek ve Gtrrecek Paror Payi

Paraga ihtiyac var.  $\Rightarrow$  AR-GE ve yatırımlar nem -  
 Yatırımlarla nasıl yildiz dönüştürürüm?

\* Kullanan stratejiler:

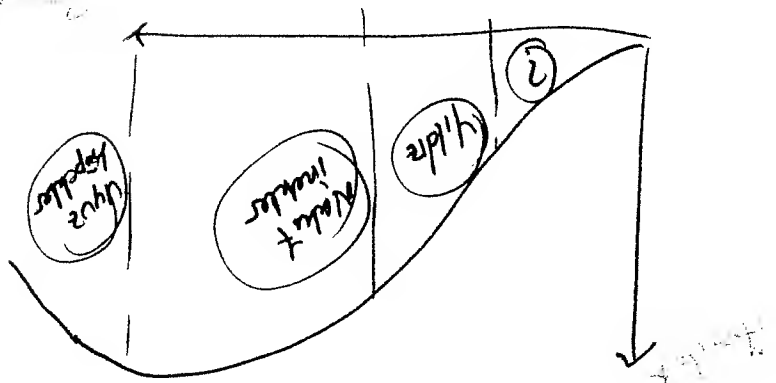
Yildiz  $\Rightarrow$  Büyüme stratejisi uygulanır  
 Akla mekler  $\Rightarrow$  Koruma stratejisi  
 Uzun krepeler  $\Rightarrow$  Hosat veya cektine stratejisi  
 Dön Bareth  $\Rightarrow$  Büyüme stratejisi  
 \* Uzun hayat egnisi de dikkatlenmelidir

Dön Bareth  $\Rightarrow$  GMR

Yildiz  $\Rightarrow$  Büyüme

Uzun krepeler  $\Rightarrow$  Döçöç

Akla mekler  $\Rightarrow$  Olyunluk



|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Paraga ihtiyac var          |   |
| Y                           | D                                       |
| Yildiz (Büyüme str.)        | Uzun krepeler (Hosat veya cektine str.) |
| Uzun krepeler (Büyüme str.) | Akla mekler (Koruma str.)               |
| Y                           |   |

Handwritten notes in a box, possibly a list or a set of instructions, located in the upper left quadrant of the page.

Handwritten notes in the center of the page, including a small diagram or sketch on the right side.